

MOTIF MASYARAKAT SURABAYA MENONTON TAYANGAN “MALAM
MINGGU MIKO” DI KOMPAS TV

(Studi Deskriptif Dengan Pendekatan Kuantitatif Menonton Tayangan “Malam
Minggu Miko” Di Kompas TV)

SKRIPSI



Oleh :

ENGGAR KUSUMA WARDANI

NPM. 0943010088

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOCIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2013

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “MOTIF MASYARAKAT SURABAYA MENONTON TAYANGAN “MALAM MINGGU MIKO” DI KOMPAS TV” (studi deskriptif kuantitatif motif masyarakat Surabaya menonton tayangan “Malam Minggu Miko” di Kompas TV) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Diana Amalia selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Suparwati selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ba[ak Juwito selaku Ketua Program Stusi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dosen doseem Program Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmunya untuk dibekalkan kepada penulis.
4. Ayah dan Ibu selaku kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
5. Semp community Nalendra, Ifvy, Cecil, Debi, Endah, Niken yang sudah memberikan semangat kepada penulis dan selalu ada saat suka maupun duka. Terima kasih teman-teman.
6. Buat Babiie makasih ya sudah mau susah payah nemenin nyari data.

7. Buat semua teman – teman Ikom ‘09 yang sudah berjuang bersama.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 20 November 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama.....	10
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua.....	11
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Komunikasi Massa.....	12
2.2.2 Teori Uses and Gratifications.....	15
2.2.3 Televisi Sebagai Komunikasi Massa.....	18
2.2.4 Program Hiburan.....	24
2.3 Program Acara Malam Minggu Miko.....	25
2.4 Pengertian dan Deskriptif Motif.....	26
2.5 Kerangka Berfikir.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional.....	32
3.2 Pengukuran Variabel	
3.2.1 Motif	33
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kompas TV	
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Kompas TV.....	48
4.1.2 Visi dan Misi.....	50
4.1.3 Logo Perusahaan.....	50
4.1.4 Gambaran Umum Malam Minggu Miko di Kompas TV.....	52
4.1.5 Gambaran Umum Surabaya Timur dan Surabaya Selatan.....	53
4.2 Penyajian Data dan Analisis Data	
4.2.1 Identitas Pribadi.....	54
4.2.2 Motif Responden.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA.....	88
---------------------	----

LAMPIRAN.....	89
---------------	----

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1.....	44
2. Tabel 4.1.....	54
3. Tabel 4.2.....	55
4. Tabel 4.3.....	56
5. Tabel 4.4.....	58
6. Tabel 4.5.....	59
7. Tabel 4.6.....	60
8. Tabel 4.7.....	62
9. Tabel 4.8.....	63
10. Tabel 4.9.....	65
11. Tabel 4.10.....	67
12. Tabel 4.11.....	68
13. Tabel 4.12.....	70
14. Tabel 4.13.....	71
15. Tabel 4.14.....	73
16. Tabel 4.15.....	74
17. Tabel 4.16.....	76
18. Tabel 4.17.....	77
19. Tabel 4.18.....	79
20. Tabel 4.19.....	80

ABSTRAK

ENGGAR KUSUMA WARDANI, 0943010088, MOTIF MASYARAKAT SURABAYA MENONTON TAYANGAN “MALAM MINGGU MIKO” DI KOMPAS TV (studi deskriptif kuantitatif tentang motif masyarakat menonton tayangan “Malam Minggu Miko” di Kompas TV).

Perkembangan dunia hiburan dan informasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Begitu banyaknya media massa yang ada saat ini membuat khalayak harus pintar-pintar dalam memilih yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tentunya juga dapat memberikan manfaat dan pengetahuan serta wawasan lebih terhadap khalayaknya yang sesuai dengan fungsi media massa yaitu memberikan informasi, edukasi, persuasif, dan hiburan. Tayangan “Malam Minggu Miko” di Kompas TV menyajikan sebuah program hiburan yang memiliki konsep berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications karena yang menjadi permasalahan utama bukan bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan social khalayak.

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Multistage Cluster Random Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert. Sampel penelitian adalah masyarakat Surabaya berusia 20 – 35 tahun yang menonton tayangan “Malam Minggu Miko” di Kompas TV.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan ada 3 motif yang mendasari dalam menonton tayangan “Malam Minggu Miko” di Kompas TV yaitu motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi social pada kategori sedang. Sedangkan motif hiburan pada kategori tinggi, karena motif tersebut dapat memenuhi kebutuhan khalayak yaitu gaya bercanda yang dikemas secara ringan dan pelepasan diri dari masalah sehingga dapat melupakan kepenatan yang dialami dalam kesehariannya.

Kata kunci : Motif, masyarakat di Surabaya, tayangan "Malam Minggu Miko" di Kompas TV

ABSTRACT

ENGGAR KUSUMA WARDANI, 0943010088, MOTIVE SURABAYA VIEWER'S IN WATCHING PROGRAMS "MALAM MINGGU MIKO" IN KOMPAS TV (quantitative descriptive study of adolescents in Surabaya motive watching the program "Malam Minggu Miko" in Kompas TV).

Developments in the world of entertainment and information currently has experienced a very rapid progress. How many mass media that exist today make audiences must be smart in choosing which suits their needs. Of course can also provide benefits and knowledge and more insight into the audiences that corresponden to the function of mass media namely give information, education, entertainment, and persuasive. Impressions "Malam Minggu Miko" on the Kompas TV present an entertainment program that has different concepts. The study using the uses and gratifications theory because the main problem is not how to research change the attitudes abd behavior of media audiences, but how the media fulfill the needs of the audience.

This multistage cluster random sampling used in withdrawal of samples. Data collection is using a questionnaire with a Likert scale techniques. The samples were rated ages 20 - 35 of Surabaya viewers who watched the program "Malam Minggu Miko" at Kompas TV.

The result of this stdy it can be concluded that there are three underlying motive in watching the program "Malam Minggu Miko" at Kompas TV which are personal identity motives, integration and social interaction motives in the medium category. While the motives of entertainment in the high category, because of these motive can meet the needs of audiences joking style that is packaged in a lightweight and release yourself from the problem so as to forget the fatigue experienced in her everyday.

Keyword : motive, the people in Surabaya, program "Malam Minggu Miko" in Kompas TV

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, tentunya media massa sangat dibutuhkan sekali oleh masyarakat untuk meng up – date berbagai berita serta informasi yang ada. Berbagai macam bentuk media massa baik berupa media massa cetak, elektronik, ataupun online tentu sudah menjadi sesuatu yang penting untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan bagi seharusnya kalangan masyarakat karena memberikan manfaat bagi khalayak media, baik berupa pengetahuan baru, berita-berita terkini, menambah wawasan ataupun sekedar hiburan bagi khalayak media tersebut. Begitu banyaknya media massa yang ada saat ini membuat khalayak harus pintar-pintar dalam memilih serta memilah mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tentunya juga dapat memberikan manfaat dan pengetahuan serta wawasan lebih jterhadap khalayaknya yang sesuai dengan fungsi media massa yaitu memberikan informasi, edukasi, persuasif, dan hiburan.

Perkembangan dunia hiburan dan infromasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Komunikasi selalu mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan kehidupan manusia. Perkembangan dalam komunikasi ini adalah untuk mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi dan agar tujuan komunikasi untuk mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi. Dalam masyarakat modern sekarang ini tak dipungkiri lagi bahwa setiap individu dalam

melakukan komunikasi tidak pernah lepas dari peran teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi juga telah mendorong perkembangan komunikasi massa. Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini serta ditunjang dengan rasa keingintahuan masyarakat yang sangat besar terhadap sebuah informasi terbaru, maka saat ini komunikasi massa dirasa sangat penting bagi masyarakat. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan menempuh hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kpta, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama. (Mulyana, 2008:5)

Secara garis besar media massa dapat dibedakan menjadi dua, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak maupun elektronik merupakan media massa yang banyak digunakan masyarakat diberbagai lapisan sosial, terutama di masyarakat kota. Media massa elektronik adalah suatu media massa yang statis dan menggunakan pesan-pesan visual. Ragam media yang paling kontroversial sejak dahulu hingga sekarang adalah televisi. Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga. Bagi banyak orang, televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. (Morrisan,

2008:1)

Televisi sebagai salah satu media elektronik dalam komunikasi massa dianggap telah berhasil dalam menjalankan fungsinya untuk memberikan siaran informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Karena bila dibandingkan dengan radio yang hanya dapat didengar, televisi mempunyai pengaruh yang lebih kuat karena selain siarannya dapat didengar, televisi juga dapat dilihat sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah ditangkap oleh masyarakat. Selama menyaksikan televisi seseorang dapat melakukan berbagai kegiatan. Selain itu juga yang paling penting adalah pemirsa akan mendapatkan pengetahuan yang luas terhadap sesuatu yang disajikan oleh televisi. Tidak heran jika televisi memiliki daya tarik yang kuat .

Menurut Winarso dalam bukunya Sosiologi Komunikasi Massa, hal yang paling jelas dari fungsi-fungsi media massa adalah hiburan. Televisi terutama dicurahkan pada hiburan, dengan kira-kira tiga perempat hari siaran khusus harian yang masuk dalam kategori ini. Seiring dengan bertambahnya jumlah stasiun televisi Indonesiam dunia pertelevisian di Indonesia menjadi semakin berkembang, yang bermula dari hanya satu stasiun televisi milik pemerintah kini telah berkembang menjadi banyak televisi swasta yang bearada di Jakarta spserti RCTI, Indosiar, ANTV, Tv One, Mtero TV, Trans TV, Trans 7, Global TV, MNC TV, SCTV, NET TV, dan Kompas TV. Yang menyajikan berbagai macam program-program andalan mereka seperti sinetron, talkshow, varietyshow, acara musik, dan juga program hiburan. Lingkup hiburan media massa saat ini sangat mengagumkan, dimana semakin

berkembang pesat acara hiburan yang disuguhkan oleh masing-masing stasiun televisi sehingga masyarakat tinggal memilih mana program komedi yang mereka ingin menonton. Acara komedi bagaikan obat penghilang stress bagi masyarakat yang sudah cukup penat dengan pekerjaan mereka. Jika menonton acara komedi mereka akan langsung merasa "fresh" karena tertawa mendengar lawakan-lawakan di acara komedi. Namun program komedi saat ini lebih condong dengan menggunakan unsur kekerasan dan olok-olokan agar terlihat lucu.

Salah satu program drama komedi yang memiliki konsep serial komedi yang berbeda yaitu Malam Minggu Miko yang ditayangkan di Kompas TV. Serial komedi "Malam Minggu Miko" berhasil menjadi salah satu tontonan yang digemari masyarakat. Tak hanya melalui siaran televisi, setiap episodenya juga selalu diunggah di akun Youtube Raditya Dika. Bahkan saking populemnya akun Youtube Raditya Dika memiliki subscriber tertinggi di Indonesia. Subscriber akun Youtube tersebut mencapai 823.768 dan menjadi akun nomor satu di Indonesia. (www.wowkeren.com/berita/tampil/00038851.html)

Ditahun 2012 banyak sekali acara-acara komedi baru yang bermunculan di stasiun televisi Indonesia, salah satu yang menjadi tayangan favorit masyarakat yaitu acara serial komedi "Malam Minggu Miko" yang ditayangkan di Kompas TV. Program "Malam Minggu Miko" masuk 5 besar acara komedi yang digemari oleh masyarakat dan menduduki peringkat ke 3 setelah program OVJ, Pesbukers, Malam Minggu Miko, Tahan Tawa, dan Supertrap.

(id.shvoong.rating.com/entertainment/tv/2302103-acara-komedi-dan-terpopuler/)

"Malam Minggu Miko" adalah serial komedi yang dibuat oleh Raditya Dika, dimana selain sebagai pemain utama, ia juga menjadi produser, penulis cerita sekaligus pengarah dalam penggarapannya. Selain Raditya Dika serial ini juga dibintangi oleh Ryan Adriandhy dan Hadian Saputra. Serial ini merupakan serial komedi pertama di Indonesia yang menggunakan gaya Mockumentary yaitu membuat lawakan sederhana dengan konsep cerita fiksi sederhana, cerdas dan dalam setiap penayangannya masing-masing berdurasi 12 menit itu dimulai pada 10 Desember 2012. "Malam Minggu Miko" muncul berdasarkan keinginan Dika membuat serial komedi. Awal dibuatnya "Malam Minggu Miko" karena rasa prihatin dan bosannya dengan tontonan TV Indonesia yang cenderung menonton, hingga akhirnya Raditya Dika berusaha membuat lawakan sederhana dengan konsep cerita fiksi yang sederhana dan diupload di Youtube. Namun ternyata video tersebut ditonton ratusan ribu pengunjung, hingga akhirnya Kompas TV tertarik untuk menayangkannya sehingga sejak saat itu Kompas TV memegang hak siar sepenuhnya. (www.muvara.com/read/malam-minggu-miko-tayang-di-kompas-tv)

Acara "Malam Minggu Miko" bercerita tentang pengalaman absurd Miko yang diperankan Raditya Dika dan temannya Rian yang diperankan Ryan Andriandhy yang selalu dilanda kegalauan dan dilema dalam menghadapi setiap malam minggu mereka. Dimana Miko selalu berusaha mendapatkan seorang pacar namun selalu tidak berhasil meskipun Ryan selalu memberikan nasehat-nasehat disaat Miko sedang mendekati seorang cewek. Mereka berdua tinggal disebuah rumah kontrakan dan memiliki seorang pembantu bernama Anca yang diperankan Hadian Saputra dan juga

seekor kucing yang menjadi hewan peliharaan. "Malam Minggu Miko" tayang setiap hari pukul 17:00 WIB dan berdurasi tayang setengah jam (30 menit). Serial drama komedi "Malam Minggu Miko" memiliki judul yang berbeda-beda di setiap episodenya, namun masih bercerita tentang kisah percintaan. Namun setelah tayang di Kompas TV, "Malam Minggu Miko" juga akan ditayangkan ulang di Youtube. Maka dari penjelasan diatas penulis ingin meneliti tentang "Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan "Malam Minggu Miko" Di Kompas TV".

Menurut Gerungan motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Disamping sebagai pendorong diri dalam diri individu, motif juga mencakup pengertian tentang tujuan yang hendak dicapai. Ada beberapa kategori dalam motif, tetapi dalam penelitian ini digunakan kategori motif menurut McQuail (2002:72) yaitu motif identitas pribadi yaitu motif yang menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan khlayak sendiri, motif integrasi dan interaksi sosial yaitu yang berkaitan dengan keinginan individu untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu, dan motif hiburan atau diversifikasi yaitu motif yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari masalah atau bersantai dan untuk mengisi waktu luang.

Jadi jelaslah individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Ada berbagai kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh media massa.

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah Uses and Gratifications. Pendekatan Uses and Gratifications menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya. Kajian yang dilakukan dalam Uses and Gratifications mencoba untuk menjawab pertanyaan : "Mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka gunakan untuk media?" (McQuail, 2002:388)

Sesuai pendekatan Uses and Gratifications bahwa model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media pada diri orang, tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak secara aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul Uses and Gratifications, penggunaan, dan pemenuhan kebutuhan (Rachmat, 2001:65)

Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya yang khususnya menonton tayangan "Malam Minggu Miko" di Kompas TV. Mengapa peneliti memilih kota Surabaya untuk dijadikan tempat penelitian. Karena Surabaya merupakan kota yang kurang akan hiburan, karena banyak sekali hiburan-hiburan yang terbengkalai sehingga tidak dapat dipergunakan oleh masyarakat Surabaya untuk mendapatkan hiburan. Selain itu kota Surabaya juga merupakan terbesar kedua setelah ibukota Jakarta. Dan perkembangan industri media massa di Surabaya semakin meningkat dengan dimilikinya beberapa stasiun televisi lokal yaitu JTV, SBO TV, Arek TV, MHTV, dan lain sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Surabaya sangat antusias dalam mencari kebutuhan-kebutuhan akan

tayangan televisi. Teknik penarikan sampel yang peneliti gunakan yaitu teknik sampling purposive/purposive sampling.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan "Malam Minggu Miko" Di Kompas TV?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapaun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif masyarakat Surabaya menonton tayangan "Malam Minggu Miko" di Kompas TV.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikirannya bagi perkembangan dan penerapn teori-teori tentang penelitian di bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian deskriptif tentang motif masyarakat Surabaya dalam menonton tayangan "Malam Minggu Miko" di Kompas TV.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya komunikasi massa yang berkaitan dengan motif.